

## 4.2. Просторово-часові особливості розвитку готельного бізнесу в Україні

*Вадим Сідоров, Олена Юрченко, Світлана Юрченко*

Готельний бізнес у світі, у т. ч. в Україні, є однією з базових і динамічних секторів туризму і завжди має на нього безпосередній вплив. Він сприяє розвитку туристичних потоків, інтернаціоналізації капіталу, перерозподілу доходів між країнами, зростанню зайнятості населення і, в кінцевому рахунку, його добробуту.

Готельна індустрія спирається на найдавніші традиції – повага до гостя, його прийом і обслуговування. Гасло: «Нема ночівлі – нема туризму», – яскраво виражає значущість цього елемента туристичної інфраструктури та пояснює підвищену увагу з боку фахівців з вивчення проблем розвитку туризму у країні, а також працівників і керівників готельної сфери [33, с. 217].

Готельне господарство світу розвивається швидкими темпами багато в чому завдяки впровадженню інновацій (у т. ч. створенню готельних мереж), які поступово поширюються і на готельний ринок України [28; 32; 35; 37]. Однак у країні з її значним природним та історико-культурним потенціалом розвиток туристичної інфраструктури, у т. ч. її готельного сектору має низку труднощів.

Різні аспекти розвитку ринку готельних послуг України вивчали такі вітчизняні вчені, як Г. А. Андросчук, Л. О. Іванова, С. І. Байлик, Т. В. Буряк, Г. В. Довгаль, Н. І. Данько, В. Касенін, Т. Ткаченко, Г. Я. Круль, О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Г. Б. Мунін, Л. І. Нечаюк, Н. Н. Нечаюк, О. Ф. Моргун, І. Г. Пандяк, П. О. Подлепіна, П. Р. Пуцентейло, Х. Й. Роглев, Т. Г. Сокол, С. В. Скибинський, А. В. Цірат та ін. Але готельний бізнес постійно розвивається. Для залучення туристів використовуються

нові методи управління і технології обслуговування в секторі розміщення. Тому вивчення просторово-часових особливостей у готельному господарстві актуально і для нашої країни.

Метою розділу є оцінка просторово-часових тенденцій і виявлення проблем розвитку готельного бізнесу в Україні.

### Еволюція мережі підприємств розміщення

Мережа туристичних підприємств сектору розміщення України активно формувалася наприкінці 70-х – протягом 80-х рр. ХХ ст. і була розрахована на забезпечення внутрішнього туристичного потоку. Причому більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку й туристичних баз будували за проектами, що не відповідали міжнародним стандартам. Наприклад, за європейськими стандартами номерний фонд готелів повинен складатися на 70–80 % з одномісних номерів з одним великим ліжком, а в українських готелях, побудованих ще за радянських часів, дуже багато двомісних номерів. Крім того, загальна площа номера не досягає прийнятих у Європі 30 м<sup>2</sup>. Багато готелів не мали громадських зон (фойє, холи), конференц-залів, фітнес-центрів, кондиціонерів, підземних гаражів і паркінгів, які звичні для іноземних туристів. Інтенсивна їхня експлуатація в 1960–1980 рр., несвоєчасні капітальні й поточні ремонти привели до значного зношування цих будинків і їх оснащення [35, с. 296]. Низька кваліфікація персоналу та низька продуктивність праці в готельному господарстві компенсувалися великою чисельністю зайнятих.

Новий етап розвитку готельного господарства в Україні – початок 1990-х років. Він ознаменувався цілою низкою проблем. Це пов'язано, насамперед, з проблемами управління готельною базою після розпаду СРСР і його монопольних структур, припиненням готельного будівництва через скорочення фінансування. Також нормативна база діяльності готелів вимагала перегляду.

У листопаді 1990 р. була створена Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України, яка наразі об'єднує понад 250 підприємств готельної індустрії, у т. ч. підприємств, які сприяють готельному господарству. Її основні завдання: «захист прав і інтересів членів асоціації, пропаганда й узагальнення передового досвіду діяльності готельних підприємств; надання методичної і юридичної допомоги; організація виїздів за кордон фахівців для обміну досвідом роботи; організація й проведення виставок,

семинарів і конференцій». Асоціація співпрацює з професійними та громадськими організаціями, бере участь у розробці нових державних стандартів, пов'язаних з будівництвом готелів у рамках співпраці з Академією будівництва [2; 3].

В 90-ті рр. втрата ділових зв'язків із країнами світу, ріст інфляції, зниження рівня життя населення та його купівельної спроможності, застаріла матеріально-технічна база готельних підприємств, нестача кваліфікованих кадрів сприяли погіршенню умов функціонування готельної галузі. Все це призвело до того, що за співвідношенням ціна/якість готельне господарство країни фактично не мало конкурентних ринкових позицій.

У зв'язку з реконструкцією, капітальним ремонтом і закриттям деяких готелів через їх ліквідацію, продаж фізичним особам або перепрофілювання під житло, їх кількість скорочувалася аж до 2004 року. З 2005 р. спостерігається їхнє збільшення. Зміна кількості номерів у готелях, а також житлової площі їх номерів відбувалася стрибкоподібно. Але з 2002 р. спостерігається стабільний ріст цих показників (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

**Готелі та інші місця для тимчасового проживання**

Рік	Кількість підприємств готельного типу	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів, тис. м <sup>2</sup>
1995	1 396	62 360	1 032,3
1996	1 368	60 601	999,9
1997	1 375	58 464	1 002,1
1998	1 328	55 487	1 010,7
1999	1 326	51 450	948,7
2000	1 308	51 012	949,1
2001	1 258	49 966	947,9
2002	1 254	51 107	977,0
2003	1 218	50 412	997,8
2004	1 192	50 414	1 012,2
2005	1 232	51 686	1 072,4
2006	1 269	53 645	1 120,2
2007	1 420	62 165	1 313,6
2008	1 595	71 580	1 508,4
2009	1 684	76 019	1 624,6
2010	1 731	79 833	1 700,6

Таблицю складено автором за матеріалами: [9]

Подальшу реструктуризацію галузі стимулювали зростання вимог внутрішнього ринку та потреби міжнародного туризму. Матеріально-технічна база готельного господарства оновлювалася шляхом реконструкції діючих та будівництва нових об'єктів із використанням новітніх технічних засобів.

У 2011 р. у статистику України була введена категорія «колективні засоби розміщення» (КЗР) – засоби розміщування, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, у яких кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших, ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву й оплаті відповідно до встановлених цін. Вони включають у себе готелі, аналогічні засоби розміщування та спеціалізовані засоби розміщування (далі – спеціалізовані КЗР). Готелі та аналогічні засоби розміщування «складаються більше ніж із семи номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг і наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів» [21, с. 9]. Аналогічні засоби розміщування надають обмежені готельні послуги.

Спеціалізовані КЗР не обов'язково мають номери, можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, надають мінімум готельних послуг (крім щоденного заправлення ліжок), мають єдине керівництво. Крім розміщування, вони часто виконують й інші функції (лікування, оздоровлення, соціальну допомогу тощо). Ці засоби розміщування можуть бути безприбутковими [21, с. 9].

З 2011 по 2013 рр. кількість КЗР, місць та розміщених у них збільшилася (табл. 4.2).

Реструктуризація готельного господарства проявилася у зростаючій сегментованості ринку, перерозподілі підприємств розміщення різного типу і позначилось у територіальній концентрації готельного господарства в туристичних центрах, вузлах та курортних зонах.

Позитивна динаміка розвитку сектору розміщення до 2013 р. обумовлена перш за все високими темпами зростання, які спостерігаються у сфері послуг України, у т. ч. у туристичній сфері. У 2014 та 2015 рр. спостерігалось зниження показників розвитку КЗР за винятком «сплеску» кількості розміщених у готелях та аналогічних засобах розміщення у 2015 році.

Таблиця 4.2

## Колективні засоби розміщування

	Кількість КЗР			Кількість місць, тис.			Кількість розміщених, тис.		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі		усього	у тому числі	
		ГАЗР**	СЗР***		ГАЗР	СЗР		ГАЗР	СЗР
2011	5 882	3 162	2 720	567,3	154,2	413,1	7 426,9	4 656,8	2 770,1
2012	6 041	3 144	2 897	583,4	162,8	420,6	7 887,4	4 983,9	2 903,5
2013	6 411	3 582	2 829	586,6	179,1	407,5	8 303,1	5 467,8	2 835,3
2014*	4 572	2 644	1 928	406,0	135,5	270,5	5 423,9	3 814,2	1 609,7
2015*	4 341	2 478	1 863	402,6	132,5	270,1	5 779,9	4 297,2	1 482,7

\* – Без урахування території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

\*\* – ГАЗР – готелі та аналогічні засоби розміщування.

\*\*\* – СЗР – спеціалізовані засоби розміщування.

Таблицю складено автором за матеріалами: [9]

У 2015 р. у країні налічувалося 4 341 од. КЗР на 404 013 місць, в яких було розміщено 5 779 858 осіб. На готелі та аналогічні засоби розміщування припадає більша частина від загальної кількості КЗР (57,1 %) і кількості розміщених у них осіб (74,3 %). Однак за часткою місць цей сектор розміщення більш ніж у два рази поступається спеціалізованим КЗР. Готелі займають перше місце за кількістю і чисельністю розміщених у них осіб [17, с. 11]. Найбільша кількість підприємств готельного господарства у 2015 р. була розміщена у Львівській (11,0 % від загальної кількості), Одеській (10,1 %) та Київській (9,4 %) областях.

За період 2000–2013 рр. кількість готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні збільшилася у 2,7 рази (до 3 582 у 2013 році). Найбільш високі темпи зростання спостерігалися в туристично привабливих регіонах: в АР Крим (у 8,6 разів), Закарпатській (5,8), Івано-Франківській областях (5,7), Львівській (4,9), Чернівецькій (4,8), Хмельницькій (3,0). Також швидко розвивалось будівництво нових готелів та аналогічних засобів розміщення в регіонах, пов'язаних з Євро-2012 [29, с. 456].

У зв'язку з підготовкою до Євро-2012 був даний старт нового етапу розвитку готельного господарства. Ставилося завдання продемонструвати гостинність України на хорошому рівні, тому що від цього залежав її імідж у світі, зацікавленість інвесторів і подальший розвиток туризму. За 2008–2012 рр. було від-

крито 126 побудованих і відреставрованих засобів розміщення на території міст і областей, що приймали Чемпіонат Євро-2012, з 6 878 кількістю номерів у них, у т. ч. у 2008 р. – 20 готелів (639 номерів), у 2009 р. – 17 готелів (1 138), у 2010 р. – 21 (468), у 2011 р. – 21 (1 351), у 2012 р. – 47 (3 282) [14]. За даними компанії «Соцмарт», у 2011 р. в Україні будувалося, перебувало в стадії реконструкції й проектувалось більше 430 готелів, більша частина яких відповідала рівню 3–5 зірок. З них майже 1/4 частина готелів – це столичні готелі. Потім у порядку убуття йде Львівська область, інші міста Євро-2012, а також великі обласні центри [1]. Футбольний чемпіонат Євро-2012, поширення знань для європейців про українські регіони, про міста (Київ, Львів, Харків і Донецьк), в яких відбувалися матчі, нові бюджетні авіарейси підвищили рівень туристичних потоків до України та запитів щодо готельної інфраструктури.

В усьому світі для інвесторів готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш привабливих. У розвинутих країнах його рентабельність перевищує 40 %, а в туристичних зонах досягає відмітки 100 %. На думку спеціалістів, до 2012 р. наявність не дуже вимогливих до рівня сервісу платоспроможних клієнтів дозволяла операторам ринку України досягати 53 % рентабельності. У цей період у країні стали з'являтися нові приватні готелі та інші заклади цієї сфери обслуговування [4].

Постійний попит на готельному ринку до 2012 р. і дефіцит якісної пропозиції дозволяв готельєрам встановлювати більш високі ціни на проживання, ніж на розвинутих ринках. На сьогодні конкуренція між гравцями на туристичному ринку та несприятлива економічна й політична ситуація погіршили умови розвитку готельної сфери та змінили правила гри у готельно-ресторанному бізнесі на суворіші. Крім того, зросла вибагливість клієнтів щодо рівня сервісу. В результаті темпи розвитку готельної індустрії виявляються значно нижче передбачуваних. Також порівняння показників у динаміці у цілому по країні тут і далі після 2013 р. не може дати об'єктивних результатів через відсутність даних по Криму і частині Донецької та Луганської областей. Всі перераховані факти позначилися на зниженні показників розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення у 2015 р. (за винятком зростання кількості хостелів і місць у них) порівняно з 2013 р. (табл. 4.3).

У 2015 р. в Україні налічувалося 2 478 од. готелів та аналогічних засобів розміщування на 132 800 місць, в яких було розміщено 4 297 190 осіб. У цьому блоці установ готелі займають



Таблиця 4.3

**Загальна характеристика готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні у 2013, 2015 рр.**

	Кількість засобів розміщення, од.		У них			
			місць, од.		кількість розміщених, осіб	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
Готелі та аналогічні засоби розміщення	3 582	2 478	179104	132 800	5 467 815	4 297 190
у тому числі						
готелі	1 761	1 508	116003	100 438	4 492 864	3 682 858
мотелі	151	123	4391	3 614	140 221	93 830
хостели	24	29	662	1 183	33 299	30 328
кемпінги	23	6	598	332	11 077	5 140
гуртожитки для приїжджих	144	105	10346	7 049	150 028	121 716
туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщення	1 479	707	47104	20 184	640 326	363 318

Таблицю складено автором за матеріалами: [9; 30, с. 11, 68, 69]

перше місце за часткою від загальної їх кількості (60,9 %), місць (75,6 %) та кількості розміщених (85,7 %). Мінімальний внесок в обслуговування приїжджих вносять кемпінги.

Позитивною тенденцією на ринку готельних послуг України є створення хостелів, які розраховані на соціально незахищене населення – молодь, яка подорожує, як правило, за рахунок коштів батьків з метою пізнавального або освітнього туризму. Хостел являє собою один із найбільш популярних і дешевих варіантів розміщення (молодіжний готель або база відпочинку) за типом гуртожитку (кімнати на декілька осіб). Відкриттю хостелів сприяє «Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація» (Хостел-лінг-Україна), яка була утворена в 2003 р. і має право офіційно представляти «Міжнародну молодіжну федерацію хостелів». Перший хостел в Україні було відкрито в Ужгороді у 2004 р., а у 2015 р. їх налічувалося вже 29 на 1 183 місць.

На жаль, з різних причин не всі КЗР працюють на повну потужність. Із загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення у 2015 р. 9,9 % функціонувало сезонно (у 2013 р. – 23,1 %). Найбільше функціонуючих закладів сезонно серед туристичних баз, гірських притулків, студентських літніх таборів, інших місць тимчасового розміщення – 24,0 % (у 2013 г. – 46,9 %). Із загальної кількості готелів 4,4 % функціонувало сезонно (у 2013 р. – 6,0 %). Крім того, у 2015 р. 84 готелів та аналогічних засобів розміщення у т. ч. 32 готелю (у 2013 р. – 51) не працювало через необхідність проведення капітального ремонту і модернізації [17, с. 11; 30, с. 11].

#### Номерний фонд готелів та аналогічних засобів розміщення

Сукупний номерний фонд готелів та аналогічних засобів розміщення склав у 2015 р. 68 241 номерів (89 685 номерів у 2013 р.), у т. ч. у Києві – 11 650 номерів (10 759 – у 2013 р.) [17, с. 70, 75; 29, с. 456]. При цьому не спостерігається сильного зв'язку між розподілом номерного фонду за регіонами та їх площею і населенням. Про це свідчить розрахований коефіцієнт кореляції (R). Так, помірна залежність проявляється між загальним номерним фондом готелів і аналогічних засобів регіону та його площею (R = 0,34 в 2013 р. і R = 0,43 в 2015 р.). Залежність середньої сили мала місце між номерним фондом і чисельністю населення (R = 0,58 в 2013 р. і R = 0,68 у 2015 році).

На 1 тис. жителів України припадало у 2015 р. 1,6 номери в готелях та аналогічних засобах розміщення і 4,0 номери на 1 тис. жителів Києва (відповідно, у 2013 р. – 1,97 номери і 3,75 номери). Показники забезпеченості номерним фондом значно відстають від аналогічних у Центральній та Східній Європі. Наприклад, в Талліні забезпеченість номерним фондом становить 14,5, Будапешті – 12, Ризі – 10, Вільнюсі – 8,1, Варшаві – 7, Бухаресті – 6,6 [23]. Ще менше забезпеченість номерним фондом у готелях, який у 2015 р. налічував 12 153 номерів (у 2013 р. – 13 969).

Для оцінки міри відносного коливання показника, ступеня однорідності даних був розрахований коефіцієнт варіації за формулою:

$$V = \frac{\sigma}{\bar{x}} \times 100 \% , \quad (4.1)$$

де V – коефіцієнт варіації;

Таблиця 4.4

### Забезпеченість номерним фондом готелів та аналогічних засобів у 2015 р. (од./1000 осіб)

	Регіони
До 1,0	Вінницька, Донецька, Житомирська, Кіровоградська, Луганська, Рівненська, Сумська, Чернігівська
1,01–2,0	Волинська, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Полтавська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька
2,01–3,0	Івано-Франківська, Одеська
Більше 3,0	Закарпатська, Київська, Львівська

Складено автором за даними: [17, с. 70, 75]

$\sigma$  – стандартне відхилення;

$\bar{x}$  – середнє значення показника.

У статистиці вважається, що якщо значення коефіцієнта варіації менше 33 %, то сукупність є однорідною, якщо більше 33 %, то неоднорідною.

У 2013 р. забезпеченість номерним фондом за регіонами України була дуже нерівномірною, про що свідчить розрахований коефіцієнт варіації ( $V = 86,0$  %). Спостерігався значний розмах варіації ознаки: максимальний показник мала АР Крим (8,13), а мінімальний – Луганська (0,62) та Сумська (0,67) області. У 2015 р. показник варіації склав 28,0 %. Серед регіонів України максимальну забезпеченість номерним фондом готелів та аналогічних засобів розміщення (від 3,04 до 3,46 на 1 тис. осіб) у 2015 р. мали три (12,5 % від загальної їх кількості), а мінімальну (до 1,0) – вісім (33,3 %) регіонів (табл. 4.4). Це відображає великі можливості для розвитку готельної нерухомості у країні та її столиці.

Структура номерного фонду в готелях України у 2015 р. порівняно з 2013 р. змінилася незначно, але погіршилася в якісному відношенні: частка номерів вищої та першої категорій зменшилася відповідно на 0,2 % і 1,5 % та зросла частка інших категорій (рис. 4.1).

### Розподіл підприємств готельного господарства за цивільним статусом

Все КЗР країни відповідно до українського законодавства можна розділити на дві групи: 1) КЗР, що мають статус юри-

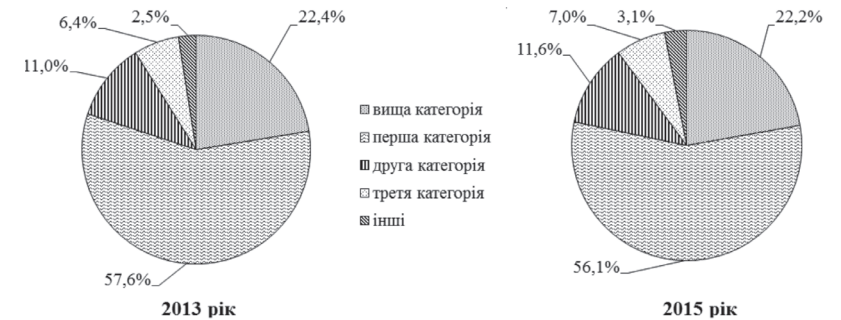


Рис. 4.1. Структура номерного фонду готелів за категоріями (складено за даними: [30, с. 70–79; 17, с. 70–79])

дичної особи; 2) КЗР, що оформлені на фізичних осіб-підприємців (ФОП). Значна частина КЗР зареєстрована як юридичні особи. Однак до 2015 р. їх кількість різко знизилася за обома формами реєстрації. Тим не менш, порівняно з динамікою загальних показників розвитку КЗР, готелі мають більш вигідні позиції. До 2013 р. спостерігалось зростання майже за всіма показниками розвитку готелів як юридичних, так і фізичних осіб. У 2013 та 2015 рр. кількість готелів ФОП перевищувала кількість готелів – юридичних осіб, але вони істотно відставали від готелів – юридичних осіб за одноразовою місткістю. Зменшення одноразової місткості всіх КЗР за 2011–2015 рр. (на 29,0 %) було більш значним, ніж за всіма готелями (5,1 %). Середня місткість готелів менша аналогічного показника всіх КЗР, проте вона постійно збільшується: на 5,1 % – серед юридичних осіб та на 1,6 % – серед ФОП; за даними 2015 р., середня місткість готелів – юридичних осіб становила 103,0 місця, а готелів, оформлених на ФОП, – 32,3 місця. Розрахунки показали, що частка готелів у загальній місткості КЗР зростає (табл. 4.5).

Порівняно з 2011 і 2013 рр. у структурі готелів та аналогічних засобів розміщування у 2015 р. як у юридичних осіб, так і ФОП відбулися суттєві зміни: збільшилася частка готелів, motelів (особливо у ФОП) і зменшилася частка туристичних баз, гірських притулків, студентських літніх таборів, інших місць для тимчасового розміщування. Також зменшилася частка гуртожитків, що оформлені на ФОП, у той час як частка гуртожитків, що мають статус юридичної особи, практично не змінилася (табл. 4.6). У результаті цих змін структури готелів

Таблиця 4.5

**Одноразова місткість колективних засобів  
розміщення України**

Показники		Значення показників			2015/ 2011, %
		2011	2013	2015	
Кількість КЗР (юридичні особи), од.	Усього	3 629	3 492	2 375	65,4
	зокрема готелів	850	871	729	85,8
Середня ємність КЗР (юридичні особи), місць	Усього	137,1	138,8	137,8	100,5
	зокрема готелів	98,0	100,8	103,0	105,1
Одноразова місткість КЗР (юридичні особи), місць (рядок 1 × рядок 2)	Усього	497 536	484 690	327 275	65,8
	зокрема готелів	83 300	87 796, 8	75 087	90,1
Кількість КЗР (фізичні особи-підприємці), од.	Усього	2 253	2 919	1 966	87,3
	зокрема готелів	701	890	779	111,1
Середня ємність КЗР (фізичні особи-підприємці), місць	Усього	30,9	34,9	38,4	124,3
	зокрема готелів	31,8	31,7	32,3	101,6
Одноразова місткість КЗР (фізичні особи-підприємці), місць (рядок 4 × рядок 5)	Усього	69 618	101 873	75 495	108,4
	зокрема готелів	22 291,8	28 213	25 161,7	112,9
Одноразова місткість КЗР, місць (рядок 3 + рядок 6)	Усього	567 154	586 563	402 770	71,0
	зокрема готелів	105 591,8	116 009,8	100 248,7	94,9
Частка готелів у загальній місткості, %		18,6	19,8	24,9	

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 9, 7; 17, с. 12, 13; 30, с. 12, 13]

та аналогічних засобів розміщування юридичних осіб та ФОП стали більш подібними, про що свідчить коефіцієнт подібності ( $P$ ), розрахований за формулою:

$$P = 100 - \frac{1}{2} \sum |d_u - d_f|, \quad (4.2)$$

де  $d_u$  – частка засобів розміщування у юридичних осіб;  
 $d_f$  – частка засобів розміщування у ФОП.

Таблиця 4.6

**Структура готелів та аналогічних засобів розміщування**

	2011			2013			2015		
	Структура, %		$\sigma_{1-3}$	Структура, %		$\sigma_{1-3}$	Структура, %		$\sigma_{1-3}$
	*ЮО $d_u$	ФОП $d_f$		ЮО $d_u$	ФОП $d_f$		ЮО $d_u$	ФОП $d_f$	
готелі	62,9	32,0	30,9	67,1	39,0	28,1	71,4	53,5	17,9
мотелі	2,3	3,6	1,3	2,4	5,3	2,9	2,5	6,7	4,2
хостели				0,2	0,9	0,7	0,4	1,7	1,3
кемпінги	0,6	0,5	0,1	0,6	0,6	0,0	0,3	0,2	0,1
гуртожитки для приїжджих	10,7	1,2	9,5	9,2	1,1	8,1	8,4	1,3	7,1
туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування	23,5	62,7	39,2	20,5	53,1	32,6	17,0	36,6	19,6
Усього	100,0	100,0	81,0	100,0	100,0	72,4	100,0	100,0	50,2

\* ЮО – Юридичні особи.

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 9, 10; 17, с. 12, 13; 30, с. 12, 13;]

Якщо структури однакові, то  $P = 1$ , якщо структури протилежні, то  $P = 0$ . Чим більш подібні структури, тим значення  $P$  є ближчим до 100.

Так, для 2011 р.  $P = 59,5$  %; 2013 р.  $P = 63,8$  %; для 2015 р.  $P = 74,9$ . Якщо для 2011 і 2013 рр. значення  $P$  свідчать про середню подібність структур, то для 2015 р. – про ближчу подібність.

Найбільша кількість готелів та аналогічних засобів розміщування, що мають статус юридичної особи, зосереджено у Львівській (131), Одеській (90), Дніпропетровській (79) областях, м. Київ (121), на які припадає 41,2 % від їх загальної кількості. Мінімальний показник мають Луганська (12), Рівненська та Тернопільська (по 14) області [17, с. 52].

За кількістю готелів, що оформлені на ФОП, виділяються Закарпатська (166), Одеська (160), Івано-Франківська (154), Львівська (142), які зосереджують 42,7 % від загальної їх кількості. Мінімальна їх кількість припадає на Луганську (11), Сумську та Чернігівську області (по 13 %) [17, с. 53].

### Завантаження колективних засобів розміщування та тривалість перебування приїжджих у них

Після Євро-2012 виявилося, що туристичний потік не забезпечує заповнюваність готелів та інших засобів розміщення на цьому етапі розвитку. У табл. 4.7 визначено рівень завантаження КЗР України, зокрема готелів. Отже, загальна тривалість перебування приїжджих у 2011–2015 рр. зменшилася на 45,2 %, у т. ч. в готелях – на 21,8 %, а частка людино-діб зросла до 28,0 %. Розрахунки коефіцієнта рівня завантаження КЗР (17,6 % у 2015 р.), у т. ч. готелів (19,8 % у 2015 р.), показали, що протягом розглянутого періоду завантаження КЗР знаходилось на дуже низькому рівні, що свідчить про низьку рентабельність їх роботи. Причому межею виживання вважається 40 % завантаженості, а оптимальний рівень – в 60–80 %, який дає можливість забезпечити оптимальний рівень рентабельності готелів та цієї галузі туризму країни [20].

Коефіцієнт завантаження (крім 2013 р.) був більше у готелів, ніж у КЗР в цілому, але мав тенденцію до зниження. Це

Таблиця 4.7

#### Рівень завантаження колективних засобів розміщування України

Показники		Значення показників			2015/ 2011, %
		2011	2013	2015	
Одноразова місткість КЗР, місць (рядок 7 табл. 4.5)	Усього	567 154	586 563	402 770	71,0
	зокрема готелів	105 591,8	116 009,8	100 248,7	94,9
Частка готелів у загальній місткості, %		18,6	19,8	24,9	
Тривалість перебування приїжджих у КЗР, людино-діб	Усього	47 301 320	49 642 743	25 935 327	54,8
	зокрема готелів	9 279 077	9 652 294	7 254 583	78,2
Частка людино-діб обслуговування в готелях у загальному обсязі, %		19,6	19,4	28,0	
Рівень завантаження КЗР, % (рядок 3 : (рядок 1 × 365 діб) × 100 %)	Усього	22,8	23,2	17,6	
	зокрема готелів	24,1	22,8	19,8	

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 19, 20; 17, с. 22, 23; 30, с. 22, 23]

в кінцевому підсумку негативно позначається на діяльності тбристичної інфраструктури.

Як правило, влітку завантаження готелів в регіонах, що не належать до активних туристичних зон, найнижча, в курортних зонах влітку та взимку вона найвища. Протягом року завантаження готелів також нерівномірне за днями тижня – на вихідних воно знижується та зростає в будні за рахунок відряджених.

Як показує досвід, діловий туризм цілорічно забезпечує завантаження готельних підприємств і страждає найменше за часів економічних криз. Він стимулює розвиток готельних комплексів з інфраструктурою, що забезпечує переговорний процес. Обслуговування корпоративних бізнес-туристів значно сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності та приносить готелям до 40–50 % доходу. В середньому витрати бізнесмена в діловій поїздки у три рази перевищують витрати звичайного туриста [24]. І в найближчій перспективі діловий туризм залишиться однією з найбільш високодохідних галузей світової туріндустрії. До 2025 року щорічний приріст світового ринку ділового туризму в середньому складе 3,2 % [36, с. 173].

У Києві, а також у великих містах країни 65–80 % осіб, що проживають у готелях України, становлять бізнес-туристи й відряджені, 35–20 % – групові та індивідуальні туристи.

Таблиця 4.8

#### Тривалість перебування приїжджих у колективних засобах розміщування за типами засобів у 2011, 2015 рр. (дні)

	2011 р.			2015 р.		
	усього	діти у віці 0–17 років	іноземці	усього	діти у віці 0–17 років	іноземці
Юридичні особи						
КЗР, усього	6,8	15,9	5,0	5,1	13,6	2,6
у т. ч. готелі та аналогічні засоби	2,5	4,0	2,4	2,2	2,7	2,0
з них готелі	2,3	3,1	2,2	2,0	2,6	2,0
Фізичні особи-підприємці						
КЗР, усього	3,1	5,0	4,0	2,5	4,3	2,8
у т. ч. готелі та аналогічні засоби	2,7	4,3	3,7	2,0	3,1	2,6
з них готелі	2,0	3,1	2,6	1,8	2,2	2,1

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 19, 20; 17, с. 22, 23]



В курортних зонах країни 10–15 % припадає на бізнес-туризм і 85–90 % – на груповий та індивідуальний туризм [6], у той час як за кордоном основними клієнтами готелів є туристи [8]. Тому збільшення бізнес-гостей за одночасної активної роботи з великими туроператорами-оптовиками на перспективних напрямках для підписання нових великих групових туристичних договорів за прийнятними цінами повинно стати важливими завданнями сектору розміщення.

Середня тривалість перебування у колективних засобах розміщування України продовжує скорочуватися. Порівняно з 6,8 цілодобового перебування в 2011 р. у 2015 р. цей показник становить в середньому 5,1 діб. Тривалість перебування приїжджих у колективних засобах розміщування за період 2011–2015 рр. знизилася за всіма типами засобів (табл. 4.8). При цьому менш значні зменшення у готелях. Найбільш істотно знизилася тривалість перебування у КЗР іноземців. КЗР, що мають статус юридичної особи, виявилися менш стійкими до соціально-економічних потрясінь, ніж ФОП.

### Економічні показники готельного бізнесу

Діяльність готелів забезпечує певний сегмент зайнятості на ринку праці. Вона стимулює розвиток суміжних галузей народного господарства і сприяє створенню нових робочих місць. Так, підраховано, що для обслуговування 10 осіб, які проживають у готелі, необхідно додатково створити п'ять робочих місць. З них три пов'язані безпосередньо з наданням готельних послуг, а два – опосередковано [12].

Середньо-облікова кількість штатних працівників КЗР в Україні у 2015 р. склала 70 474 особи, у т. ч. 36,0 % – у готелях та аналогічних засобах розміщування – (у готелях – 31,6 %) та 64,0 % – у спеціалізованих КЗР. Серед усіх КЗР перше місце за кількістю зайнятих займають готелі (31,6 %), на другому місці знаходяться санаторії (30,0 %), на третьому – дитячі санаторії (15,2 %). Порівняно з 2013 р. середньо-облікова кількість штатних працівників КЗР у 2015 р. зменшилась в 1,8 рази, у т. ч. у готелях та аналогічних засобах розміщування – в 1,5 рази (у готелях – 1,4 рази), у спеціалізованих засобах розміщування – майже в 2 рази [17, с. 11; 30, с. 11]. Крім того, у КЗР працюють позаштатні працівники, середня кількість яких у 2015 р. налічувала 4 722 осо-

би, у т. ч. 65,6 % – у спеціалізованих КЗР та 34,4 % – у готелях та аналогічних засобах розміщування (у готелях – 29,2 %) [17, с. 103, 105].

Готельний бізнес характеризується високими доходами і витратами. У 2015 р. доходи підприємств КЗР склали 8 060,1 млн грн. Порівняно з 2011 р. у 2015 р. вони зменшилися на 29,1 % за зменшення кількості КЗР на 26,2 %. Із загальної суми доходів КЗР більшу частину отримали готелі та аналогічні засоби розміщування (63,4 %), у т. ч. готелі – 59,5 %. При цьому доходи готелів за 2011–2015 рр. збільшилися на 22,6 % за збільшення кількості готелів на 7,9 %. Середній дохід у розрахунку на один готель за досліджуваний період збільшився на 13,7 %, в той час як цей показник у середньому по КЗР скоротився на 4,0 % (табл. 4.9).

Таким чином, готелі у структурі доходів КЗР мають велике значення, однак не завжди діяльність цих закладів супроводжується позитивною динамікою. Але навіть в складних кризових умовах вони отримали значний дохід від своєї діяльності та мають значний потенціал розвитку.

Таблиця 4.9

### Середні доходи від надання послуг колективними засобами розміщування України

Показники		Значення показників			2015/ 2011, %
		2011	2013	2015	
Доходи від наданих послуг, тис. грн	Усього по Україні	11 379 586	12 167 973	8 060 070	70,8
	зокрема готелів	3 910 589,8	4 562 285,8	4 794 875,8	122,6
Частка доходів готелів у їх загальному обсязі, %		34,4	37,5	59,5	
Кількість КЗР, од.	Усього по Україні	5 882	6 411	4 341	73,8
	зокрема готелів	1 398	1 761	1 508	107,9
Середній дохід у розрахунку на один КЗР, тис. грн (рядок 1 : рядок 3)	Усього по Україні	1 934,6	1 898,0	1 856,7	96,0
	зокрема готелів	2 797,3	2 590,7	3 179,6	113,7

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 9, 10; 17, с. 11; 30, с. 11]



Основну частину доходів готелів та аналогічних засобів розміщування від наданих послуг формували доходи від підприємств, що мають статус юридичної особи, – 90,3 % у 2011 р.; 84,7 % у 2013 р. і 88,8 % у 2015 році. Відповідно, частка доходів ФОП склала 9,7 %, 15,3 % та 11,2 %. У структурі доходів юридичних осіб більшу частину складають доходи від продажів номерів – 72,2 % у 2011 р., 73,5 % у 2013 р., 62,7 % у 2015 р. і від надання додаткових послуг (відповідно, 26,0 %, 23,1 % і 23,2 %). Незначну частку доходів вони отримують від реалізації путівок (1,8–3,4 %) [16, с. 103–111; 17, с. 109–117; 30, с. 109–11].

Спостерігається велика концентрація доходів готелів та аналогічних засобів розміщування від наданих послуг в обмеженій кількості областей. Так, у 2015 р. 83,2 % їх припадало на Київську (47,6 %), Львівську (16,5 %), Івано-Франківську (6,5 %), Одеську (5,8 %), Дніпропетровську (3,7 %) та Харківську (3,1 %) області.

Операційні витрати КЗР у 2015 р. склали 9 359 457,2 тис. грн (у 2011 р. – 13 371 157,2; в 2013 р. – 11 191 443,9), в т. ч. готелів та аналогічних засобів розміщування – 6 389 408,7 тис. грн, тобто 68,3 % від загального обсягу витрат. При цьому на готелі припадає 65,1 % всіх витрат [16, с. 9; 30, с. 11; 17, с. 11]. У структурі операційних витрат готелів та аналогічних засобів розміщування у 2015 і 2013 рр. найбільшу частку становили інші операційні витрати (відповідно 51,7 % та 31,0 %), матеріальні витрати (20,0 % і 24,5 %), витрати на оплату праці (14,6 % і 22,4 %) і значно менша частка припадала на амортизаційні відрахування (9,1 % і 14,3 %) та соціальні заходи (4,6 % і 7,8 %) [17, с. 119–129; 30, с. 119–129].

Прибутковість готельного бізнесу знизилась через зниження цін, девальвації і падіння попиту. Наприклад, у Києві за перший квартал 2015 р. показник RevPAR (прибутковість на номер) скоротився на 7 %, опустившись нижче 45 дол. США, тоді як у першому кварталі 2012 р. RevPAR дорівнював 125 дол. США.

На сьогодні готелі змушені оптимізувати свої витрати. У 2014 р. у багатьох готелях майже вдвічі скоротили персонал, що дозволило трохи підвищити ціни на номери. Однак зараз інструментів економії залишилося вже небагато. Тому готелі скорочують графіки роботи співробітників, відмовляються від реклами, використовують більш дешеві мийні засоби. Поширеним є введення системи бонусів, наприклад знижки за тривалість проживання (три дні за ціною двох), безкоштовні

ранній заїзд / пізній виїзд, сніданок або вітальна вечеря. Також для економії готелі одночасно можуть пропонувати гнучку систему і можливості: гість може відмовитися від декількох опцій (наприклад, спа-процедур, басейну та інших) і отримати вигідну пропозицію по розміщенню [31].

### Іноземні гості

До 2013 р. кількість в'їзних туристів поступово зростала. А у 2014–2015 рр. у результаті політичної кризи, нестабільності соціально-економічної ситуації, масових протестів, збройного протистояння на сході країни їх кількість суттєво зменшилася. Це позначилося на функціонуванні сектору розміщення. Частка іноземних гостей у КЗР скоротилася з 19,2 % від загальної кількості розміщених у КЗР у 2011 р. до 11,5 % у 2015 р., в готелях та аналогічних засобах розміщування – з 22,7 % до 14,6 %.

За загального збільшення кількості іноземців, розміщених в КЗР, готелях та аналогічних засобах розміщування, з 2011 р. по 2013 р. і різкого їх зменшення до 2015 р. значно змінилася географічна структура. Так, якщо до 2013 р. спостерігала-

Таблиця 4.10

#### Розподіл іноземців у колективних засобах розміщування за типами засобів та країнами світу

	2011			2013			2015		
	Всього осіб	З них прибули з країн, %		Всього осіб	З них прибули з країн, %		Всього осіб	З них прибули з країн, %	
		1	2		1	2		1	2
КЗР	1427732	57,4	42,6	1665135	60,6	39,4	665827	23,1	76,9
у т. ч.									
готелі та аналогічні засоби розміщування	1059041	43,9	56,1	1009542	49,5	50,5	628121	18,9	81,1
у т. ч.									
готелі	608699	41,6	58,4	655593	46,6	53,6	60937	18,5	81,5

1 – колишнього СРСР, 2 – далекого зарубіжжя.

Таблицю складено автором за матеріалами: [16, с. 21, 35; 17, с. 24, 38; 30, с. 24, 38]

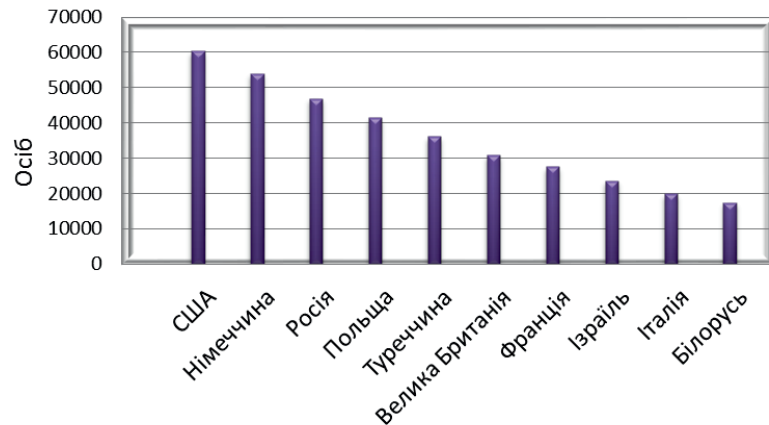


Рис. 4.3. Розподіл проживаючих іноземців у готелях України (топ-10 країн), 2015 р. Розроблено автором за матеріалами: [17, с. 24–45]

ся невелика перевага частки гостей із далекого зарубіжжя, то в 2015 р. він став істотним (табл. 4.10).

У 2015 р. 665 827 іноземців проживали у КЗР. З них 23,1 % прибули до України з країн СНД, 76,9 % – з країн далекого зарубіжжя. При цьому 91,5 % іноземних туристів віддали перевагу проживанню в готелях, з них 18,5 % – з країн колишнього СРСР та 81,5 % – з країн далекого зарубіжжя.

Географія іноземних туристів України постійно розширюється. На рис. 4.3 показано топ-10 країн за розподілом проживаючих іноземців у готелях України у 2015 році. На них припадає 53,8 % від загальної їх кількості [17, с. 24–45].

У той час як в 2011 р. в топ-10 країн за розподілом проживаючих іноземців у готелях України входили (в порядку убутання): Росія, Німеччина, Польща, США, Білорусь, Велика Британія, Туреччина, Італія, Франція і Ізраїль. І на них припадало 72,2 % від загальної кількості проживаючих іноземців у готелях України [16, с. 19–42].

#### Класифікація готелів і вартість номерів у них

В Україні для класифікації готелів використовують систему, що діє в країнах Європи та у низці держав Азії – за кількістю зірок. Проте ця класифікація досить умовна, оскільки

незважаючи на низку загальних вимог, в кожній країні є свої особливості. В Україні «зірковість» готелів визначається за 134 показниками. Але ця система сертифікації не відповідає європейській цілком, що іноді приводить до завищення категорії. У той же час, на думку керівника проектного департаменту «НСМ Group» Ю. Тація, класифікація готелів, побудованих у великих містах за останні роки, в основному відповідає міжнародним стандартам, але чимала частина готелів в Україні взагалі не сертифікована [6]. До кінця 2012 р. 181 готель одержав свідоцтво про встановлення категорії, у т. ч. 11 готелів – 5 зірок, 39 – 4 зірки, 105 – 3 зірки, 19 – 2 зірки, 7 – 1 зірка [32, с. 295, 296]. У 2013 р. були внесені поправки в закон про туризм, згідно з яким готельні підприємства без категорії позбавлялися права розміщувати туристів. В результаті 278 готельних підприємств України отримали категорію [18].

За даними Державної служби статистики, на кінець 2015 р. в Україні лише 243 готелі (9,8 % від загальної кількості готелів) мали свідоцтва про встановлення категорії п'ять зірок – 32; чотири – 64; три – 91; дві – 30; одна – 29.

Діючий стандарт сертифікації є застарілим, оскільки не дозволяє якісно оцінити відповідність об'єктів туристичної інфраструктури з урахуванням сучасних тенденцій розвитку готельного бізнесу. Не завжди враховуються вимоги до якості обладнання, оснащення готелю, а також до рівня підготовки персоналу.

На сьогодні Міністерством економічного розвитку і торгівлі України розроблено проект постанови «Про затвердження Порядку встановлення та зміни категорій об'єктам туристичної інфраструктури» з метою усунення правових колізій у частині обов'язкового проходження добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення. Передбачається впровадження нової процедури категоризації готелів і засобів тимчасового розміщення за декларативним принципом та спрощення умов для діяльності готелів, а також створення передумов для детінізації готельного бізнесу [22].

У загальному обсязі туристичних витрат 30–50 % витрат припадає на готельні послуги. При цьому якість обслуговування цінується в чотири рази вище, ніж ціна на туристичний продукт [10]. Однак у готельному господарстві України існує проблема невідповідності цін рівню якості готельних послуг. Особливо це стосується готелів, побудованих за радянських ча-

сів, які навіть із урахуванням ремонту й реновацій часто не відповідають заявленому рівню. Цей сегмент готелів намагається збільшити рентабельність шляхом подвійних і потрійних тарифів: окремі ціни для громадян України, країн СНД, іноземців. У підсумку вартість проживання в готелях для іноземних гостей штучно завищена й за співвідношенням ціни і якості майже в 1,5 рази перевищує ціни західних готелів того ж класу [27]. За іншими підрахунками, вартість проживання в готелях країни перевищує в 2–3 рази вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи. Це зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери та низьким рівнем диференціації готельних послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.) [13]. Тому багато потенційних клієнтів відмовляються від наміру зняти номер, і вони частіше знімають квартири на певну кількість днів. При цьому готелі з високою вартістю номерів стоять незавантаженими. Іноді будівлі готелів здаються в оренду для офісів, що вже не пов'язане з туризмом. Тому тільки у разі проведення диференціації вартості номерів можливе наповнення готелів на належному рівні разом з найбільш високим рівнем доходу.

У результаті падіння попиту на готельні послуги середня вартість номеру (ADR) на київському готельному ринку в 2014–2015 рр. у високому ціновому сегменті знизилася на 17,1 % (з 205 дол. США у 2014 р. до 170 дол. США у 2015 р.). А рівень завантаження в цьому сегменті зменшився до 30 % (тобто на 25 п. п. порівняно з 2013 р.). Починаючи з другої половини 2015 р., поступово він збільшувався і досяг 37 % у вересні 2016 року. В об'єктах середньої цінової категорії порівняно з високим сегментом через девальвацію зниження ADR в доларовому еквіваленті більш суттєво (на 30–50 %). Так, у 2015 р. ADR в готелях середньої категорії знаходився в діапазоні 40–70 дол. США (у 2014 році – 60–110 дол. США, в 2013 р. – 100–150 дол. США). Крім того, якісні готелі середньої категорії мали більш високі показники завантаження (40–50 %) – на 10–12 п. п. вище порівняно з високим ціновим сегментом. Ці тенденції свідчать про те, що внутрішні туристи стали більш вимогливі до готелів із точки зору співвідношення «ціна – якість» та якісні об'єкти виявилися менш схильні до загальних негативних тенденцій [23].

Незважаючи на збільшення завантаження готелів Києва, цей результат поступається показникам, які спостерігалися у столиці України раніше (наприклад, у 2012 р. завантаженість

була на рівні 50 %). За словами керівника департаменту готельного бізнесу компанії JLL Девіда Дженкінса, попит на готельне розміщення в Києві ще знаходиться під тиском вибуття «російського бізнесу», який раніше був основним споживачем якісних готелів у столиці України. «Цей попит покинув ринок, але так і не був заміщений». Надолужити втрату за рахунок внутрішнього туризму надзвичайно важко, оскільки частка бізнес-клієнтів готелів складала до 80 % їх постояльців [31].

Середня запитувана вартість проживання в готелях на добу дуже сильно розрізняється за їх категоріями і в часі (табл. 4.11). За даними Colliers International, міжнародної консалтингової компанії, яка займається комерційною нерухомістю, найбільш істотно зростала середня запитувана вартість у чотиризіркових готелях м. Київ. Так, на кінець 2015 р. порівняно з аналогічним періодом 2014 р. вона збільшилася на 19,6 %. У той час як цей показник у п'ятизіркових готелях збільшився на 9,2 %, а в тризіркових – на 3,6 %. Але через коливання курсу євро в гривневому еквіваленті ціни виросли більш значно: відповідно на 62,4 % (до 5 504 грн), на 48,2 % (до 9 937 грн), що на 39,8 % (до 1 506 грн). На кінець 2015 р. середня вартість проживання в п'ятизіркових готелях перевищувала середню вартість проживання у чотиризіркових готелях у 2,8 рази і в 6,6 разів – у тризіркових.

Таблиця 4.11

**Середня запитувана вартість номера для готелів на добу в Києві за категоріями**

Дата	3 зірки		4 зірки		5 зірок	
	гривня	євро	гривня	євро	гривня	євро
25.12.2014	1 077	56	2 158	112	6 706	348
25.02.2015	1 339	44	3 939	124	9 940	313
25.03.2015	1 147	46	3 244	131	8 988	363
28.04.2015	1 354	55	3 395	137	9 144	369
25.05.2015	1 374	59	2 977	128	8 978	386
02.07.2015	1 325	55	3 043	126	8 911	369
05.08.2015	1 311	55	2 883	121	8 793	369
25.08.2015	1 466	59	3 166	127	9 124	369
24.09.2015	1 415	59	3 200	133	8 734	363
24.10.2015	1 354	54	3 378	134	9 454	375
23.11.2015	1 436	56	3 436	134	9 692	378
15.12.2015	1 506	58	3 504	134	9 737	380

Таблицю складено автором за матеріалами: [15]

### Просторова диференціація розвитку готельного бізнесу

Аналіз статистичних даних показує, що розвиток готельного бізнесу відбувається нерівномірно за регіонами країни, про що свідчать також розраховані коефіцієнти варіації ( $V$ ) за формулою (1) та індекси концентрації ( $I$ ) за окремими його показниками (табл. 4.12):

$$I = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n |P_i - S_i| \cdot 100\%, \quad (4.3)$$

де  $P_i$  – частка  $i$ -го регіону в сумарному показнику країни;

$S_i$  – частка площі  $i$ -го регіону в загальній площі країни.

$I$  може коливатися від 0 до 100 %: від абсолютно рівномірного до абсолютно нерівномірного розміщення [34, с. 118].

Розрахунки показали значні відмінності показників розвитку готельного бізнесу за регіонами України. Так, їх коефіцієнти варіації змінюються від 106,3 % до 213,7 % в 2013 р. і від 73,2 % до 282,1 % в 2015 р., а індекси концентрації змінюються від 33,5 до 57,2 у 2013 р. та від 30,6 до 63,7 у 2015 р. Найменш істотно різняться регіони за кількістю готелів та аналогічних засобів розміщення.

Таблиця 4.12

#### Індекси концентрації ( $I$ ) та коефіцієнти варіації ( $V$ ) показників розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні

	2013		2015	
	$I$	$V$	$I$	$V$
Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення, од.	33,5	106,3	30,6	73,2
Кількість у них номерів, од.	38,6	118,6	37,5	108,8
Місткість, місць	40,2	126,1	38,4	106,1
Обслуговано приїжджих, тис. осіб	36,1	122,5	38,9	134,8
Середньоблікова кількість штатних працівників, осіб	44,4	140,0	44,9	155,9
Доходи від наданих послуг, тис. грн	56,4	213,7	60,0	236,9
Загальна площа, кв. м	41,9	136,8	40,1	121,4
Житлова площа, кв. м	35,6	116,5	42,0	130,5
Кількість фактично проведених ліжко-днів, од.	41,7	138,6	37,3	129,7
Операційні витрати, тис. грн	57,2	203,4	63,7	282,1

Розраховано за даними: [29, с. 456, 457; 30, с. 91, 93, 109, 117, 119, 133, 165, 167, 169, 171, 173, 174]

засобів розміщення, а максимально розрізняються за фінансовими показниками діяльності відповідних підприємств – доходами від наданих послуг та операційними витратами.

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції між показниками, що характеризують діяльність готелів та аналогічних засобів розміщення, свідчить про досить тісний зв'язок між багатьма з них (табл. 4.13). Наприклад, спостерігається дуже сильний зв'язок між кількістю обслугованих приїжджих і кількістю готелів та аналогічних засобів розміщення ( $R = 0,84$ ), середньобліковою кількістю штатних працівників ( $R = 0,94$ ), доходами від наданих послуг ( $R = 0,98$ ), загальною площею ( $R = 0,97$ ), кількістю фактично проведених ліжко-днів ( $r = 0,9$ ), операційними витратами ( $R = 0,97$ ); між доходами від наданих послуг і кількістю готелів та аналогічних засобів розміщення ( $R = 0,81$ ), кількістю у них номерів ( $R = 0,76$ ), середньобліковою кількістю штатних працівників ( $R = 0,94$ ) і т. д.

При цьому залежність середньої сили (за  $0,50 < R < 0,69$ ) проявлялася між кількістю обслугованих приїжджих, доходами від наданих послуг і місткістю готелів та аналогічних засобів розміщення; житловою площею та середньобліковою кількістю штатних працівників, загальною площею; між операційними витратами та місткістю.

Таблиця 4.13

#### Кореляційна залежність показників

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1									
2	0,81	1								
3	0,75	0,99	1							
4	0,54	0,93	0,96	1						
5	0,94	0,95	0,91	0,77	1					
6	0,98	0,81	0,76	0,55	0,94	1				
7	0,97	0,91	0,87	0,7	0,98	0,98	1			
8	0,41	0,83	0,87	0,94	0,66	0,38	0,55	1		
9	0,9	0,98	0,95	0,83	0,98	0,91	0,97	0,71	1	
10	0,97	0,87	0,82	0,63	0,97	0,99	0,99	0,47	0,94	1

1 – обслуговано приїжджих, тис. осіб; 2 – кількість готелів та аналогічних засобів розміщення, од.; 3 – кількість у них номерів, од.; 4 – місткість, місць; 5 – середньоблікова кількість штатних працівників, осіб; 6 – доходи від наданих послуг, тис. грн; 7 – загальна площа, кв. м; 8 – житлова площа, кв. м; 9 – кількість фактично проведених ліжко-днів, од.; 10 – операційні витрати, тис. грн.



Помірна залежність (за  $0,30 < R < 0,49$ ) мала місце між житловою площею та кількістю обслужених приїжджих, доходами від наданих послуг, операційними витратами. Слабка (за  $0,20 < R < 0,29$ ) і дуже слабка (за  $R < 0,19$ ) між показниками не проявлялися.

Для підсумкового аналізу регіональної диференціації розвитку готельного бізнесу України було використано кластерний аналіз за допомогою комп'ютерної програми. Він дозволяє поєднувати змінні або об'єкти в кластери таким чином, щоб відмінності між об'єктами, що становлять один кластер, були б менше їх відмінностей від інших кластерів. Вирішенням задачі кластерного аналізу є розбивки регіонів України, що задовольняють критерію оптимальності, який являє собою функціонал:

$$W = \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2 = \sum_{j=1}^n x_j^2 - \frac{1}{n} \left( \sum_{j=1}^n x_j \right)^2, \quad (4.4)$$

де  $x_j$  – значення виміру  $j$ -ї ознаки регіонів [34, с. 160].

Це дозволило побудувати кластерну схему регіональних відмінностей за десятьма показниками готельної діяльності України. Одержані дані свідчать, що в межах України виділяються шість кластерних регіонів, які визначаються спільністю характеристик розвитку готельної діяльності і найбільш повно відображають регіональні відмінності (рис. 4.4, табл. 4.14). Їх можна взяти за основу під час оцінки готельного бізнесу України й вироблення кластерної політики з метою створення умов для посилення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, що утворюють регіональні кластери.

У майбутньому конкурувати малоефективним локальним готельним комплексам регіонів буде дуже складно. Враховуючи це, треба розглядати кластерний підхід в окремих регіонах України в макрорегіональному контексті.

Кластерна форма організації спрямована на створення інноваційних готельних послуг, застосування інноваційних технологій із наступним виходом на нові «ринкові ніші». Для успіху на ринку готельних послуг у кожному кластері, його складових (регіон, туристичний або курортний населений пункт) необхідно розробити системний бізнес-план з урахуванням мультиплікативного впливу на розвиток туризму, інші галузі економіки.

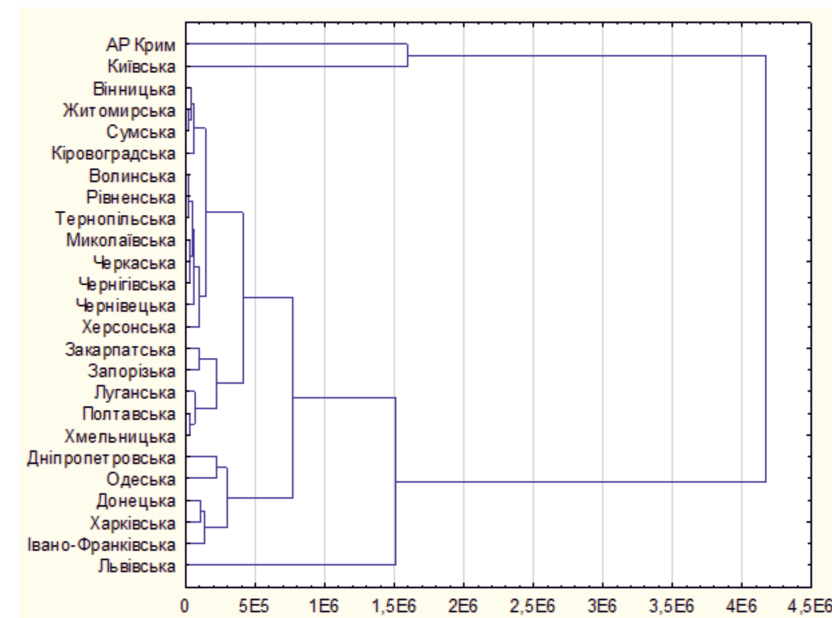


Рис. 4.4. Диференціація регіонів України за показниками розвитку готельного господарства, 2013 р.

Розроблено автором за матеріалами: [29, с. 456, 457; 30, с. 91, 93, 109, 117, 119, 133, 165, 167, 169, 171, 173, 174]

Таблиця 4.14

**Склад кластерів України за показниками розвитку готельного господарства, 2013 р.**

Кластери	Регіони
1	АР Крим
2	Київська
3	Вінницька, Житомирська, Сумська, Кіровоградська, Волинська, Рівненська, Тернопільська, Миколаївська, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька, Херсонська
4	Закарпатська, Запорізька, Луганська, Полтавська, Хмельницька
5	Дніпропетровська, Одеська, Донецька, Харківська, Івано-Франківська
6	Львівська

### Проблеми розвитку готельного бізнесу

Сьогодні розвиток готельного бізнесу в Україні стикається з низкою проблем. Після проведення Євро-2012 завданням готельєрів стало збереження рентабельного навантаження номерів, тому що екскурсійний туризм розвинений слабо. Найбільш важке положення склалося серед готелей категорії чотирьох і п'яти зірок. Але в зону ризику також потрапили готелі категорії дві й три зірки, які не можуть запропонувати ціни, відповідні до якості обслуговування. Можливо, частину цих об'єктів доведеться знести й на їхньому місці побудувати нові.

Багато готелів після чемпіонату повернулися до колишніх розцінок і організували спеціальні тарифи для туроператорів. Мережеві готелі стали просувати привабливі для туристів місця в країні, створивши проект «Подорожуємо по Україні». Активну рекламу серед потенційних клієнтів розгорнули власники хостелів. Рекламні проспекти роздаються на концертах і футбольних матчах.

Проблему підвищення рентабельності функціонування готелів неможливо вирішити самотійно. Тому готельєрам необхідно разом з туроператорами розробити національну туристичну маркетингову програму. Рішенню проблеми буде сприяти створення при Держтуризмкурорті групи з розвитку туризму й курортів до 2022 р. [8].

Зростанню готельного бізнесу в Україні перешкоджають високий рівень оподатковування й відсутність чіткої програми інвестування у будівництво нових готелів і реконструкцію вже існуючих, більша частина яких не відповідає світовим стандартам надання готельних послуг.

У готельного бізнесу істотні строки окупності – близько 7–12 років. Уся його індустрія вимагає підтримки від уряду держави, який стурбований станом справ у готельному бізнесі країни. Це проявилось в новій редакції Податкового кодексу. Готелі 5-, 4- і 3-зіркових категорій не будуть обкладатися податком на прибуток на строк до 10 років, якщо прибуток буде складати від 50 % за здачі номерів. Раніше податкові привілеї були доступні готелям, у яких мінімальний прибуток від здачі номерів складав 75 % від усього доходу організації. Суми, звільнені від податку, повинні направлятися на цільове фінансування – переустаткування, збільшення кількості надаваних послуг, повернення кредитів і впровадження нових [26; 28, с. 162].

Зниження податкового навантаження й можливість кредитування можуть залучити нових гравців на ринок готельних послуг. Для успішного розвитку готельного бізнесу також необхідно надавати пільги на подібні до готелів місця розміщення, а також створити фінансову мотивацію для 1–2-зіркових готелів на підвищення їх категорії.

Не всі готелі українських операторів відображені у найбільш відомих мережах пошуку готелів (booking.com, tripadvisor.com) і не мають можливості забронювати номер у режимі он-лайн на своїх сайтах. Крім того, малі готельні підприємства взагалі не мають своїх сторінок у мережі Інтернет. З'являється ризик для споживачів готельних послуг, оскільки ніщо не зможе гарантувати якість готельних послуг із заявленою категорією. Тому іноземні туристи віддають перевагу дорожчому, але перевіреному номеру у готелі знайомого бренду.

Середньостатистичний «внутрішній» турист звик економити на мешканні в готелі. Більшість із них обирає готелі за елементарним критерієм – щоб було не дуже дорого, але чисто, красиво і комфортно. У той час як за 2011–2014 рр., наприклад, столичний номерний фонд поповнювався в основному готелями високої цінової категорії: їх частка в загальній структурі пропозиції збільшилася з 31 % до 36 %. Причому готелі середньої категорії складають в структурі сукупного номерного фонду міста 49 %, але значна їх частина відрізняється високим ступенем морального та фізичного зносу [23]. Тому в Україні, особливо в великих містах, необхідно розвивати сегмент недорогих готелів із непоганим сервісом. З підвищенням внутрішньої ділової активності в регіонах готелі рівня три зірки можуть бути привабливими навіть для іноземних відвідувачів.

Негативно впливає на функціонування готельного ринку України на сьогодні і той факт, що в глобальних системах бронювання з точки зору безпеки Україну не рекомендують відвідувати.

Готельний сектор потребує інвестицій. Але керуючий директор міжнародної компанії Colliers International в Україні А. Носаченко розглядає інвестиційну привабливість готельного сегмента в цілому в умовах, що склалися, як практично нульову. «Якщо оцінити продажну вартість готелю з урахуванням того рівня операційного доходу, який він генерував у 2014 або 2015 рр., то показник ринкової ціни в низці випадків буде нижчою, ніж собівартість його будівництва. А з урахуванням

вартості банківського кредиту економічна доцільність будівництва готельного проекту стає під дуже великим питанням» [15].

Отже, на сучасному етапі готельний бізнес України відчуває значні труднощі, що проявляється в зниженні показників діяльності його підприємств, у жорсткій конкурентній боротьбі на ринку готельної нерухомості за кожного гостя. Також є проблеми якості послуг, що надаються у секторі розміщення, системи вітчизняної сертифікації готелів та ін. Тим не менш, це один із найперспективніших напрямів бізнесу в Україні, який розвивається з орієнтацією на європейські стандарти і стрімкий перехід до них. Для визначення перспектив розвитку сектору розміщення необхідно провести об'єктивний аналіз існуючої бази. Частково нестачу готелів можна заповнити шляхом реконструкції і модернізації побудованих раніше готелів. Також можна привести у відповідний стан об'єкти незавершеного будівництва, відомчі будинки і гуртожитки. Необхідно розвивати готелі різної цінової категорії та застосовувати індивідуальний підхід шляхом надання знижок на проживання та впровадження програм лояльності для залучення нових відвідувачів і утримання існуючих.

Подальший розвиток сектору проживання багато в чому залежить від соціально-економічної, політичної ситуації у країні, розвитку міжнародних економічних зв'язків, створення сприятливих умов для залучення інвестицій для будівництва нових та реконструкції старих будівель. Відновлення зростання ВВП, уповільнення темпів інфляції, стабілізація національної валюти, скорочення рівня безробіття, підвищення рівня життя населення позначиться на зростанні туристичних потоків і буде сприяти активності на ринку готельних послуг в Україні. Також необхідна розробка Стратегії готельного господарства, в якій будуть максимально враховані всі запити споживачів готельних послуг.

## Література

1. Аналіз готельного бізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/2011/04/hotel-business-in-ukraine>
2. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mydim.ua/information/union/hotelinua/>

3. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.facebook.com/hotelua/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/hotelua/?ref=page_internal)
4. Білик І. В. Роль маркетингу та PR-технологій у діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] / І. В. Білик, Т. С. Томаля // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – Вип. 1 (11). – Режим доступу : <https://docviewer.yandex.ru/>
5. Буряк Т. В. Розвиток контрактного управління готельними мережами в Україні [Електронний ресурс] / Т. В. Буряк // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – №1(19). – Режим доступу : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/burak.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/burak.htm)
6. Быть или не быть гостиничной индустрии в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ua-reporter.com/novosti/48622>
7. Галасюк С. С. Мотель як основний тип готельних підприємств автотуризму [Електронний ресурс] / С. С. Галасюк. – Режим доступу : [http://economyandsociety.in.ua/journal/3\\_ukr/29.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/29.pdf)
8. Гостиничный бизнес Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ambienteotel.com/gostinichniy-biznes-ukrainyi/>
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Державна служба туризму і курортів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)
11. Довгаль Г. В. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України / Г. В. Довгаль, Н. І. Данько // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2013. – № 1042. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – Вип. 1. – С. 115–119.
12. Забержинский Б. Э. Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] / Б. Э. Забержинский, Н. В. Карева // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – Т. 6, № 1. – С. 99–110. – Режим доступа : <https://bgscience.ru/lib/35242/>
13. Зеленко О. О. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Зеленко, К. Р. Габараєва. – Режим доступу : <http://www.studfiles.ru/preview/5128658/>
14. Кабінет міністрів України. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazku\\_hromadsk/Proek\\_rozporyadzhenny\\_130130.pdf](http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazku_hromadsk/Proek_rozporyadzhenny_130130.pdf)
15. Как киевский отельный рынок «выживал» в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prohotelia.com.ua/2016/01/kyiv-hotel-market-2015/>

16. Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 190 с.
17. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 200 с.
18. Коломыченко Т. Юрій Опанащук: «Раздача "звезд" отелям говорит о желании чиновников заработать на нашем бизнесе» [Електронний ресурс] / Т. Коломыченко. – Режим доступа : [http://biz.censor.net.ua/resonance/3002074/yuriyi\\_opanaschuk\\_34razdacha\\_34zvezd34\\_otelyam\\_govorit\\_o\\_jelanii\\_chinovnikov\\_zarabotat\\_na\\_nashem\\_biznese34](http://biz.censor.net.ua/resonance/3002074/yuriyi_opanaschuk_34razdacha_34zvezd34_otelyam_govorit_o_jelanii_chinovnikov_zarabotat_na_nashem_biznese34)
19. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К. : Алтерпрес, 2005. – 436 с.
20. Мержієвська Н. Ю. Розиток готельного господарства у сучасному світі [Електронний ресурс] / Н. Ю. Мержієвська. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/natural/MTP/2009\\_34/pdf/mtp3445.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/MTP/2009_34/pdf/mtp3445.pdf)
21. Методологічні положення зі статистики туризму. – К. : Державний комітет статистики України, 2011. – 18 с.
22. МЭРТ предлагает новый порядок категоризации гостиниц [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/news/-/394271/mert-predlagaet-novyy-poryadok-kategorizatsii-gostinits>
23. Обзор рынка коммерческой недвижимости в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступа : [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ksbd-trends-03-2016-real-estate/\\$File/ey-ksbd-trends-03-2016-real-estate.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ksbd-trends-03-2016-real-estate/$File/ey-ksbd-trends-03-2016-real-estate.pdf)
24. Оболенцева Л. В. Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Л. В. Оболенцева. – Режим доступу : [http://www.ahmerov.com/book\\_1258\\_chapter\\_22\\_3.5\\_Gotelnij\\_bznes\\_v\\_Ukran\\_tenden\\_ta\\_perspektivirozvitku.html](http://www.ahmerov.com/book_1258_chapter_22_3.5_Gotelnij_bznes_v_Ukran_tenden_ta_perspektivirozvitku.html)
25. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави : міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с.
26. Податкові пільги дорогим готельним номерам [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ambienteotel.com/nalogovyielgotyi-dorogim-gostinichnyim-nomeram/>
27. Проблеми готельного господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://solncevorot.at.ua/publ/pr\\_i\\_prodvizhenie\\_problemy\\_gk/7-1-0-30](http://solncevorot.at.ua/publ/pr_i_prodvizhenie_problemy_gk/7-1-0-30)
28. Сідоров М. В. Україна на світовому ринку туристичних послуг: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / М. В. Сідоров, О. Є. Юрченко, С. О. Юрченко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 256 с.
29. Статистичний щорічник за 2013 рік / [за ред. О. Г. Осауленка ; відп. за вип. О. А. Вишневська]. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 534 с.
30. Туристична діяльність в Україні у 2013 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 272 с.

31. Украинские отели поднимают цены на активизации внутреннего туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://business.vesti-ukr.com/99438-ukrainskie-otelery-podnimajut-ceny-na-aktivizacii-vnutrennego-turizma>
32. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 34. – С. 292–300.
33. Юрченко О. Є. Інфраструктура туризму / О. Є. Юрченко, С. О. Юрченко // Туризм і системи пріоритетів регіонального розвитку : монографія ; за ред. проф. В. В. Александрова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 212–235.
34. Юрченко С. А. Методика научных исследований : учебное пособие для студентов специальности «Туризм» / С. А. Юрченко, Е. Е. Юрченко. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2011. – 176 с.
35. Юрченко С. О. Міжнародний туризм : навчальний посібник [для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»] / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 328 с.
36. Юрченко С. А. Особенности развития делового туризма на современном этапе / С. А. Юрченко, Е. Е. Юрченко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2016. – Вип 5. – С. 171–175.
37. Юрченко С. А. Современные мировые тенденции развития отельного бизнеса / С. А. Юрченко, Е. Е. Юрченко // Развитие индустрии туризма и гостеприимства в контексте трансграничного сотрудничества : материалы международной научно-практической конференции (г. Белгород, 26–28 марта 2014 г.) / отв. ред. О. К. Слинкова. – Белгород : ЭПИЦЕНТР, 2014. – С. 357–360.